

経営論集
64巻第4号
2017年3月

経営学とは何か —領域学か，ディシプリンか—

小笠原英司

目次

はじめに

I 企業学から協働学へ

企業経営学と経済学

協働の経営学

II 経営学というディシプリン

経営学は領域学にすぎないか

経営学とインター・ディシプリナリー・アプローチ

III 経営学的方法的特色

経営学の認識対象

実学性と科学性

IV 経営学と経営哲学

経営科学と経営哲学

経営実践と経営哲学

V 経営学の「制度化」

佐和隆光の問題提起

経営学の「制度化」

おわりに

はじめに

「経営学とは何か」などという主題は，経営学者にとっては今更の感無きにしもあらずで，

いかにも素人風の課題のように見える。多くの経営学者は「経営学」を問うよりも、現前に生じている現実の現象なり解決すべき現実の課題である「経営」をこそ問題とすべきであると考えている。経営学には研究すべき主題が山ほどあるはずだから、経営学という学問（学術）の細部にこだわるよりもそうした主題をこそ問題とするべきではないのか、という議論は一見まともなようでもある。

しかし学術的成果は当該学問の学術的枠組みや作法（ディシプリン）から得られるのであるから、学問的観点から言えば、重要なのはむしろディシプリン（discipline）としての「経営学それ自体」なのである¹。たしかに、形式としての「経営学それ自体」はものごとを認識するための理論的枠組みであり作法であるから、主題に対する手段であり道具であるにすぎない。すべての学術は認識のためのツールにほかならないが、対象や主題を捉えるための認識枠組みが稚拙なものであれば、見るべきものもよく見えないし、捉えるべきものもうまく捉えきれない。

もちろん、形式としての経営学を問題にすることがそのまま内容としての経営学になるわけではないが、経営学論（経営学方法論）が経営学的経営論の前提をなす意味において経営学論の意義を過小評価することはできない。つまり経営学の主題と「経営学それ自体」の両者はたしかに目的と手段の関係にあるなかで研究者の目的は主題探究にこそ置かれるのであるが、その研究の過程ではつねに研究用具としての経営学の修正と改善がなされることになる。しかも経営学というディシプリン（学問）は単に一定主題に対する手段であり道具であるばかりでなく、主題そのものをも経営学の立場から設定するのである。

かくして「経営学それ自体」の特色や方法を自覚すること（経営学論）は、経営学的主題の研究を十全なものとするうえで避けることはできない。経営学を問うことは、経営学が問うている主題の現代的意義や学問的意義を明らかにしようとすることであり、経営学という学問を通じて現代と未来のわれわれの生活にとって何が重要な問題であるかを探究することを意味するのである。

ところが近年、この種の問題はすでに卒業済みとでも思っているのだろうか、経営学論は研究者の間で軽視されているように感じる。彼らにとって、自称「経営学」なる学問がいかなる点で他の学問と異なるのか、いかなる独自性をもつ社会科学であるのか、どのような視点からどのような問題関心をもって対象主題を探究するものかなどといった学理的問題にはほとんど無関心で、ただ目の前の企業経営の課題やら現象面を調査・記述し、あるいは処方することに忙しい。このままでは、「経営学」は企業についてのアレコレを対象にする単なる領域学（企

¹ しばしば「容れ物より中味が大切」と言うが、経営学本質論の山本安次郎は、同時に「容れ物の悪いために中味が腐る」と述べる。山本（1961）p. 22。

業学)にとどまり、方法的には経済学や社会学、心理学のなかに吸収され、ディシプリンとしての存立資格を失ってしまうであろう。

かかる危機感をもとに、本稿の趣旨は社会科学としての経営学の存在意義を再確認することにある。

I 企業学から協働学へ

企業経営学と経済学

経営学論の第1課題は研究対象の問題であるが、これについてはすでに経営学者はもとよりほとんどの人が、経営学の対象は「企業」ないし「企業経営」であり、したがって経営学は「企業学」ないし「企業経営学」にほかならず、今さら再定義する必要はないと考えている。

もともと日本の「経営学」は——経営学に限らないが——輸入学問として始まった事情から、ドイツ経営学(Betriebswirtschaftslehre)とアメリカ経営学(business administration)の内容が反映されることになる²。つまり経営学の研究対象は何かを述べるためには、ドイツとアメリカの「経営学」における対象は何かを見しておく必要がある。まずドイツ経営経済学における「経営」(Betrieb)とは何かという問題があるが、これについて学術的に論ずればやや込み入った議論を要する。しかしすでに専門家にとっては既知のことであり、ここでは省略して端的に言えば、要するに「経営」とは企業組織体を指す言葉と理解して大過ない³。ということは、「経営経済学」とはすなわち「企業経済学」を意味し、国民経済を対象とする国民経済学に対して企業を対象とする経済学分科ということになる⁴。他方のアメリカ流のbusiness administration——administrationは今ではmanagementに取って代わられている⁵——の場合は、“business”という言葉は「企業」と解釈——businessは「事業」であると同時に「企業」でもある——すれば、business managementは「企業管理(学)」ということになる。要するに、ドイツ経営学もアメリカ経営学も「企業」という特殊な事業組織体を研究対象とするとい

² これについて拙稿を引用すれば、「明治末期から大正期に至り、日本の産業は工業が主役となり近代工場が制度化しつつあった。そうしたなかで、商業学としての経営学は高等教育機関（とくに高等商業学校）における専門科この点産業化社会の時代的要請とはいえ、わが国における経営学化の動因は、アメリカにおいて顕著であったような産業界内部での実学的・技術論的要求とは事情が異なり、学校教科先行型ないし学術指向型であったという点ではドイツに近しい」と言うことができる。小笠原（2013）p. 5。

³ ドイツ語の“Betrieb”は一般に「経営」と邦訳される。それに倣ってドイツ経営学の中心概念である“Betrieb”を「経営」と邦訳したために、日本語としては混乱が生じることになる。

⁴ このことから、ドイツ経営学はつねに「経済学」からの自立を問題にしてきた

⁵ 英語用法としてadministrationとmanagementの区別原則はないように思われる。文献上も「経営と管理」の使い分けにどちらが該当するかは、一定ではない。

う点で接近することになる。

こうして、経営学という名称をもつ社会科学は、その名称と若干のズレがあるものの「企業」の学（あるいは「企業経営」の学）と定義づけられ、その内実も現に企業論（又は企業経営論）として展開されて今日に至っている。経営学が企業という特定種類の組織体に対象限定して、その構造と機能を全面的に対象とする学であるとすれば、そのような対象規定は他の社会科学には見られない。例えば行政学は官庁学ではなく、教育学は学校学ではなく、宗教学は教会学ではない。つまり、経営学が企業学であることは、すでにそのことがこの学の特長ということになる。

経営学は、歴史的にはたしかに企業経営学として生成し発展してきた。企業は産業社会の主役であり、現代社会を解明するうえで決定的な意義をもつばかりではない。企業は各種経営体のなかでも特別にダイナミックな組織体であり、研究対象として興味深い事象が数多く含まれている。企業行動の解明は産業界の実践的要請であるとともに研究者の主観的要請でもある⁶。それにも拘らずあえて言うならば、21世紀のこんにち経営学がいまだに企業という特定種類の経営体に対象限定しなければならない必然性はない。企業の社会的役割が大きいということと、企業だけが経営学の研究対象に限定されるということとは別問題であろう。行政組織も医療機関も、学校も研究機関も、宗教団体も各種組合組織も、現代社会ひいては市民の生活に密接に関わり重要な役割を果たしているのであって、いまや企業だけが圧倒的に重要な時代ではない⁷。

現代社会の経済基盤を形成する企業の経済的意義が格別である故に、他にもまして企業の経済研究こそ決定的に重要だとする観点を容認するとしても、それは経済学的企業研究で十分であろう。さらに、企業のみならずすべての経営体は一定の経済構造をもち、必要な経済活動を行っていることは言うまでもないが、ここでも期待されるのは経済学的研究であって、それ以外である必要はないと考えがちとなる。しかし、人間の「生活」は経済面に一元化されるほど単純ではない。個人のみならず人間の「組織」も「社会」もまた多様な側面からなる複合シス

⁶ 経営研究において企業経営研究が質量ともに圧倒的となる理由の第一は、実用学としての経営学に対する産業界の要請が相対的に大きい点にある。ただし産業界の要請・期待は無言のうちにあり、これを経営学の側が「社会的使命」として感受し認識して応答するというものである。第二には需要の多い分野に参入したほうが研究の生産性と研究成果への評価に有利だという研究者の損得計算が働く点である。そして第三に、研究者にとって研究対象として企業経営が断然「おもしろい」からである。どんな分野でも多くの研究者の関心を引き付ける魅力がなければ専門学として継続せず、研究者たちのモラルが高くなければ学問として発展しない。

⁷ 日本経営学界を代表する一人である森本三男はすでに四〇年近い前に次のように述べている。「経営学の対象を企業に限定することについては、異論が多くあることは承知している。組織体一般に対象を拡大した経営学の成立の可能性を完全に否定しようとは思わないが、企業以外の場合の各論的内容の肉づけが十分でない現在では、企業に対象を限定しておいた方が一貫性を保持しうる」森本（1978）p. 1。

テムなのであって、「経済学」というディシプリンがいかに有効有益なものであるとしても、かかる複雑多様性を追究する学術としてはその限界は明らかである。むしろ、人間の生活や社会の基本的な仕組みや動きを人間のリアリティに則して捉えようとする「経営学」が脱経済学として登場するのは、学史上の必然であったと言えよう。

協働の経営学

ところで、多少なりとも経営学史を知る経営学者であれば、経営学の創成期から経営学の対象を企業に限定しない「(一般)経営学」の可能性が提示されていたことを知っているはずである。例えばわが国の経営学創生期を牽引した平井泰太郎は、ドイツ経営学の泰斗ハインリッヒ・ニックリッシュ (Heinrich Nicklisch) に師事し、個人も家庭も各種組織体も国家もすべて個別経済単位として「経営」であり、経営学の対象領域をその方法の及ぶ限り拡張して構想したのであった⁸。さらに同時期の日本経営学界で孤高の巨星と評される馬場敬治 (1897～1961) は、一貫して理論的経営学の立場を主張しつつ「組織理論としての経営学」を構想した⁹。これはアメリカ経営学を代表するチェスター・バーナード (C.I. Barnard) の経営学体系に近く、今日の「組織論的経営学」の先駆をなす一般経営学の構想であった¹⁰。さらに山本安次郎 (1904～1994) は、ドイツ流の経営経済学でもなくアメリカ流の経営管理学でもない経営学そのものとしての「本格的経営学」の確立をめざし、経営学の対象たる経営体を「事業」「企業」「経営」の三面を主体的に統一する「経営存在」と把握したうえで、その全体構造と動態を探究する学としての経営学を主唱した¹¹。

こうして経営学の対象論を振り返れば必ずしも「企業学派」一辺倒ではなく、むしろ経営学の生成期から経営学史の巨人によって「協働学派」が主張され、一般経営学の可能性が少なくとも理念的には模索されて、少数ながらこんにちに受け継がれていると言える¹²。

あらためて言えば、筆者の経営学は「協働の経営学」の立場である。この立場から言えば、

⁸ 平井泰太郎の経営学説については次を参照。山本 (1977)、片岡 (2013) 増田正勝稿 (第二章)。またニックリッシュの経営学については次を参照。田中 (2013)。

⁹ 馬場敬治の経営学説については次を参照。山本 (1977)、小笠原 (2013) 岡本康雄稿 (第四章)。

¹⁰ Barnard (1938)。そもそも「管理過程学派」の出発点になったアンリ・ファヨールの意図は、その主著のタイトル『産業ならびに一般の管理』(*Administration industrielle et générale*) に示されているように、一般管理の原理を示すことにあった。

¹¹ 山本安次郎の経営学説については次を参照。片岡 (2013) 谷口照三稿 (第一編第三章)。

¹² 日本経営学界を代表する一人である森本三男はすでに四〇年近い前に次のように述べている。「経営学の対象を企業に限定することについては、異論が多くあることは承知している。組織体一般に対象を拡大した経営学の成立の可能性を完全に否定しようとは思わないが、企業以外の場合の各論的内容の肉づけが十分でない現在では、企業に対象を限定しておいた方が一貫性を保持しうる」森本 (1978) p. 1。経営学の対象を協働一般に拡張する立場の近年の例としては、次の著書がある。社会経済学研究会 (2005)。

経営学が捉えようとするのは人間社会のあらゆる場面や機会に遍在する多種多様な「協働」の現実である。すなわち経営学は、すでに述べたように、複数の人々が共通の目的を達成すべく編制した「経営体」——制度化された協働のシステム——を対象とし、そこに生成するさまざまな組織現象や経営現象の意味と因果関連の解明を目ざす学術にほかならない。経営体はいかなる種類のものであれ「経済的協働」を内包しているが、経済的協働は人間協働の一部ではあってもそのすべてではないという意味で、経営学の範囲は経済学の領域を遥かに上回る。したがって、経営学を経済科学の一分科と位置づけたり「企業の経済学」と見なしたりするのは、経営学に対する誤解ないし俗説にすぎない。

経営学を経済学と混同する誤解から脱却する第一歩は、何度も述べてきたように、経営学の対象を企業という特殊事業組織体に限定するこだわりを捨て、すべての経営体に不可欠な要因であるとともに経営体のダイナミズムを生む行為主体要因たる「組織と経営」に焦点を定めることである。事業経営体の経営行動を研究対象とするところに社会科学としての経営学の独自性があるからである。しかし、学問の自律性は対象の問題だけで成立するものではない。ここで重要なことは、「対象が方法を選択する」という方法論的原理である。

すなわち、企業経営学が経済学というディシプリンを要請したように、経営行動学としての経営学はそれにふさわしい方法を内包しているのであって、のちに見るようにそれを経営学史のなかに見出すことができるのである¹³。

Ⅱ 経営学というディシプリン

経営学は領域学にすぎないか

述べたように、およそ特定学問の自律性・独立性を主張するには、対象規定のみならず「方法」の限定が不可避である。個々の学問は対象と方法の統一として成立し、その学術的性格を形成しているのである。経営学方法論の田中照純が述べるように、「もし仮に、方法論をまったく持たない経営学があるとするなら、それはまるで根なし草の如く、あちこちと浮遊するだけで進むべき方向さえ定められない」のである¹⁴。「もし仮に」独自の方法（ディシプリン）を持たない学問があるとしてもそれは独立学とは言えず、ディシプリンを有する独立学（親）の一分科（子）としての従属学にすぎないと言わざるをえない。また前出の山本安次郎は、「経営学が経済学あるいは社会学の一部門にすぎず、その自律性が認められないならば、いまさら経営学の本質論や方法論は問題となるはずがない」と述べる¹⁵。学理の問題が成立しない経営

¹³ 経営学の歴史とは経営学の形成史であるが、それは同時に経営学方法の発展史でもある。

¹⁴ 田中（1998）p. 12。

学は自らのなかに学的主張アイデンティティを持ちえず、その点で経営学は自らの反省のうえに立って自らの方向を探究し得ない。かかる学術は学問とは言えない。

ところが、まさに経営学は学問ではないかのように考える経営学者もいるのである。例えば榊原清則によれば、社会科学の定立されたディシプリンは経済学、社会学、心理学であり、経営学はこのようなディシプリン学ではなく、企業を対象とする「領域学」であるという¹⁶。これによれば、経営学はその独自の方法をもたず、したがって経営学——すなわち企業学——は経済学、社会学、心理学その他を借用するほかないということになる。これはいったいどういうことであろうか。経営学が独自の方法をもたないとするれば、経営学というのは、経済学、社会学、心理学等のディシプリン学が行なった企業研究（経済学的企業論、社会学的企業論、心理学的企業論）の単なる集合にすぎないということになる¹⁷。つまり、独自の方法をもたない「経営学」は上に述べたように独立社会科学とは言えないのだから、「経営学」という学問は無いも同然ということになる。その場合の「経営学」とは、企業についての諸知識の集積にすぎない。しかし、そうであろうか。経営学は独自の社会科学たり得ず、経済学や社会学や心理学等の社会科学のなかに雲散霧消し、諸学による企業学の別称にすぎないのであるか。

今の世の中“何でもアリ”の時代だからであろうか。経営学のディシプリンなどどうでもよいではないか、経営学の対象である企業のアレコレについて知ることができる方法なら何でもよいではないか、そもそも社会現象を対象とする社会諸学は個別の垣根を取り払い学際的に研究すべきで、いまさら個別のディシプリンにこだわるのは企業研究にとってむしろマイナスではないか、といった考えもあるだろう。

筆者の場合には、経営学の対象と方法の両面においてこの学の独自性を主張するのである。これまで述べてきた意味において経営学は「企業学」ではない。したがって、経営学は企業を対象とする単なる「領域学」ではなく、独自のディシプリンをもつ一個の自律的社会科学だということである。かつて経営学黎明期のドイツにおいて、国民経済学に対する経営経済学の自律性が唱えられたが、それは経済学ディシプリンの内部での独立運動にとどまるものであった。こんにちまで継承されているドイツ経営学の研究対象は企業であり、そのディシプリンは

¹⁵ 山本（1968）p. 181。

¹⁶ 榊原（2002）p. 15。この榊原の経営学論を批判的に取り上げたのは庭本佳和であるが、庭本とは逆に、榊原の薫陶を受けた佐々木圭吾は、経営学の特徴を「領域科学」と「実践科学」の二点に求め、この点で経営学は「他の学問領域にはあまり見られないユニークさを持って」と述べている。筆者はこの佐々木の著書を一般書・教科書として高く評価しているが、残念ながらこの部分の論述は理解できない。庭本（2012）p. 65。佐々木（2013）pp. 24-25。

¹⁷ 世間では、学問的方法的特徴という問題よりもその内容に関心があるだろうから、「経営学」という名称で括られる学問で明らかにされた事柄や議論されている課題は何かということに関心が向けられ、そのディシプリン問題にはほとんど興味がないと考えられる。

まさに経済学であって、その意味でドイツ経営学は明白に「企業の経済学」にほかならない¹⁸。

経営学とインター・ディシプリナリー・アプローチ

経営学は経済学ではないが、経営学体系のなかから経済学アプローチを排除するものではない。人間行動の経済的側面を経済学で説明することができるように、経営行動の一面を経済学的アプローチで捉えることができるからである。さらに経営体は多面体であり、経営体を構成するそれぞれの側面に応じて社会学アプローチや心理学アプローチをも活用することになる。それはひと頃経営学的方法的特色とされた「インター・ディシプリナリー・アプローチ」という「学際的方法」に通じる根拠ともなっている¹⁹。

「学際的方法」は、ある意味では正しい。経営行動という社会現象は多面的であるばかりでなく多種多様な要因が複雑に絡みあって構造化されて現象していることから、経営行動の全体像を探究するためには単一ディシプリンによるアプローチによるのではなく複合的なアプローチを必要とするという論拠は、それ自体としては否定できないからである²⁰。しかし経営行動のみならず、すべての社会現象は多面的であろう。したがって対象が多面的であることをもって学際複合的なアプローチを必要とするとすれば、それは経営学に固有の特殊的方法というよりは社会科学に共通する方法的姿勢と見なすべきであろう。

しかし、そもそも「学際的方法」とはどのようなものであろうか。「学際 (interdiscipline)」と言えば聞こえはよいが、ただ単に“あれにはコレ、これにはアレ”と諸学の寄せ集めの集合であれば、経営体の全体像を捉えきことはできないばかりでなく、これだけであれば、経営学は独自の方法を持たないとする「領域学」説と大きな違いが無いことになる。したがって企業社会システム論の谷本寛治が、「それぞれのディシプリンが前提としている人間像や企業像に共通の理解を探る努力をすることなく、寄せ集めの学際アプローチは各側面をカタログのように並列させるだけで統合的な方法など生まれえない。企業の問題をより広い脈絡に位置づけて理解しようとする統合の視点が必要な所以である」²¹と述べているように、重要なことは多様なディシプリンの統合という課題である。谷本によれば、「企業を社会的文脈から捉える視点として」求められるのは、「異なる分野を単に寄せあうインター・ディシプリナリー (学際的)

¹⁸ ドイツ経営学は1960年代半ば以降、とくに管理論、組織論、戦略論においてアメリカ経営学の成果を批判的に導入してきた結果、内容的にはアメリカ経営学に近づいてきたと言える。その結果、現代ドイツ経営学は経済学としての純粋性を失いつつあると言える。

¹⁹ 例えば高柳 暁は「経営学の特徴」の一つに「総合性ないし学際性」を指摘している。高柳 (1981) p. 41。

²⁰ 世界的経営学者として名高い野中郁次郎は経営学を「基礎学問総合学」と評しているが、これも要は学際的ということのようである。野中 (2000) pp. 16-18。

²¹ 谷本 (1998) p. 5。

なアプローチではなく、個々の研究者が専門の枠を超え、隣接領域との対話を繰り返し、自分なりの視点から異質な方法を摂取する方向で統合を図っていく」トランス・ディシプリナリー（超学的）なアプローチであると主張する²²。

意図は異なるが、アメリカ経営学の内部においてもかつてアメリカ経営学界の泰斗 H. クーンツ（Harold Koontz）が経営学の各種アプローチが乱立する 1960 年代初頭の状況を「経営理論のジャングル」と呼び²³、その相互非難と無益な混乱をのりこえて経営研究の方法的統一を呼びかけたことがあった²⁴。クーンツの問題提起は経営学史の観点から見て意義深いものではあったが、この段階で経営学の諸学派、すなわち経営学内部の各種ディシプリンを統一するという課題解決には時期尚早であった嫌いがある。

クーンツの課題は措くとして、谷本のトランス・ディシプリナリー・アプローチが、われわれがここで問題にしている「経営学」そのものの方法を革新するものであるかどうかという点では疑問なしとしない。谷本によれば「超学的アプローチ」を試行するのは「個々の研究者」であり、一人ひとり個別の研究者が「専門の枠」を超えて経済学や社会学や心理学等と対話を重ね、「自分なりの視点」をもつてそれらの異質ディシプリンを摂取して「統合する」と言う。研究者が自分なりの視点から専門の枠を超えて異分野と対話するというアプローチは、それ自体として有意義であることは疑いないが、それはすでに「個々の研究者」のレベルでなされてきた異分野間の「協学」と大差ないようにも思われる。もっと言えば、この超学的アプローチがどういう意味で「統合」の方法と言えるのかが必ずしも明らかではない。

学際的・超学的のいずれであれ、それ自体は経営学に固有の方法を指示するものではない。既述のように、すべての社会現象は多面的で多様な要因が複雑に絡みあって現象していることからすれば、すべての社会科学は専門的蛸壺から脱して何らかの形で複合的なアプローチを採らざるをえない。しかしその場合、多様な要素を統一ないし統合するためには、統合の中核となる何かがある中心に位置しなければならない。それなくして諸要素が自然調和的に調整しあい統合することはない。諸要素の中心にあつて全体を統合する何か、それが個別諸科学の個性（ディシプリン）にほかならない。

²² 谷本（1998）pp. 12-13。谷本はここでの「超学的アプローチ」をノーベル経済学者グンナー・ミルダール（K.G. Myrdal）から援用している。また評論家の西部邁は、「学際的接近」は「諸科学のあいだの共働を指示する枠組みが欠如している」ゆえに「みるべき成果を挙げていない」とし、専門知としての経済学を総合知として再生する試みとしてミルダールの「超学的接近」を評価している。西部（2012）pp. 254-255。

²³ Koontz, (1961) pp. 174-188.

²⁴ 1962 年 11 月に UCLA の新校舎落成記念として開催されたシンポジウムには各学派を代表する経営学者、実務家、MBA 経営陣ら錚々たるメンバーが招待され、経営理論の多様化と統合の問題、実務からの要請と経営実践への貢献、ビジネス・スクールの役割などの課題が議論された。Koontz, ed. (1964) Chap. 1. Chap. 6。

Ⅲ 経営学的方法的特色

経営学の認識対象

では経営学に固有の学術的特色とは何か。これを明らかにするためには、繰り返しになるが「方法は対象に従う」という学理的原則を再確認する必要がある。

前に、企業に対象限定するような経営学の対象規定は他の社会科学には見られないと述べたが、そこでの含意は経営体のなかから特に企業のみを取り上げて研究対象とする点を特徴的とするものであった。しかし、企業経営体に限らず「経営体」という事業組織体を対象とする点にこそ、経営学の独自性を主張することができる。社会学を別とすれば、個人ではなく経営体という「組織」を対象とする社会科学は例外的と言えるだろう。経営学は経営体の構造面を単に外観的に記述するばかりではなく、経営体そのものを行動主体と見なしたうえでその機能面と変容の過程を内観的に解釈しようとするのである。

その際、経営学は経営体の組織的行動を対象とするとかマネジメントを問題にするといっても、それだけでは不十分で、それを経営学的に取り扱うという点で独自のことが求められるのである。すなわち、経営学とは経営体の種類を問わずそれらの経営行動（事業行動&組織行動）を中心とする経営現象を研究対象とし、その主体性と能動性を生み出すメカニズムとダイナミズムに注目するゆえに、マネジメント（経営・管理）と組織に視座を置く独特の社会科学にほかならない。

かかる対象規定は、次のような認識論的特色を表現している。すなわち、経営学は経営学の対象である「経営体」という社会システムの認識に関して、経済学を代表とする社会科学の主流に反し、経営体それ自体を経営行動の主体と見なす「有機体論的システム論」²⁵に立脚しているという点である。したがって、それは科学的認識方法としてのいわゆる方法論的個人主義（methodological individualism）とは異なる立場に立つということ、すなわち、いわゆる方法論的集合主義（collectivism）の立場を積極的に支持するということの意味するのであるが、それは単に個人主義的方法を捨て集合主義に帰依するということではない。むしろ個人主義と集合主義、ないし要素論（elementalism）と全体論（holism）という方法論の両論を積極的に受容するということである。それは、一つには経営学が対象とする経営現象の現実それ自体が種々雑多な諸要素の“ごった煮”状態であることを特徴とするからであり、純粋科学に適合的

²⁵ 有機体論的システム論というカテゴリーは、わが国経営哲学論の泰斗村田晴夫による。村田(1980)(1990)。蛇足ながら、有機体論ないし有機体主義には「社会ダーウィニズム」としてのH. スпенサー流の社会有機体論や、政治的全体主義の論理からする国家有機体論などを含む場合もあるが、ここではアルフレッド・N・ホワイトヘッド(A.N. Whitehead)の有機体哲学を指定する。

な科学的認識方法をそのまま適用することは必ずしも合理的ではないからである。そして二つには、経営学の学術的意図が経営実践への応用という実用志向にあることから、単純に個人主義的抽象化ないし機械論的分析科学化には馴染まない性質をもつからにはかならない。

実学性と科学性

さて、如上の対象規定によって行為主体たる経営存在の立場から経営実践上の諸問題を自らの学術的課題とするという経営学の学理的特性が生ずることになる。つまり経営学は、まずは経営実践の政策と方策に対する科学的考察と提言を含む技術論的性格を与えられるのである。

ただし、経営学の特長が“経営実践に供する実学性”にあるとしても、その基盤には他の社会科学と同様に、理論科学および実証科学としての科学性を有するのであって、いわゆる「実学」が単に実用学というだけでなく実践（志向）科学という意味を伴っていることを忘れてはならない。また、科学的実学性は広義に捉えれば、経営学のみならず法学、会計学、行政学、教育学、政治学、経済学、社会学といった社会諸科学の共通特性と言うことができ、特に法曹、会計士、国家公務員上級職などの高度専門職はもとより、広く大企業ホワイト・カラーを典型とする知識職のための「専門職実践学」（professional practical learning）を構成する基本的特性でもある。では、経営学の実学性は衆目の承認するところだとして、そもそも経営学における「実践」とはどのようなものであろうか。

一般に「経営実践」と言えばトップから作業員までの経営の多岐にわたる実務的行為を意味し、それゆえ経営の実践論とは経営体におけるすべての管理的・作業の実務に関する理念論および方策論からなる技術論的な経営論ということになるであろう。ここで重要なことは、その経営論は個人的な経験的実務論のレベルをこえてあくまでも経営学としての実践論であるということ、さらに、個々の管理者・作業者の立場をこえてあくまでも経営体の立場から捉えられた実践的課題を主題化する経営論にはかならないということである。経営学は個々の実践者——例えば社長や部課長——の個別的課題を軽視するものではないが、それは個々の実践者が経営学によって提示された経営論から示唆を得て自己の課題に自ら応答するものであって、経営学が直接答えるものではない。

では、経営実践学としての経営学の「実学性」はどこに求められるであろうか。さきに経営学は「行為主体たる経営存在の立場」に立つと述べたが、それは単に企業の資本価値を高める、従業員満足度を高める、顧客満足度を高める、といった各ステークホルダーの要求に対応する方策を考案するというのではない。たしかにそれも実践論として必要であるが、さらに重要なことは、経営体全体の立場からより広範な社会全体の発展を志向するなかで経営体自体の質的向上を促進することである。すなわち経営学は、経営体がその行為規範を公共的・人類的価値に

沿うべく統一するなかで、全体として事業使命を実現する過程こそが経営の経営学的実践であることを理論的に提示することをもってその実学的意義を主張するのである。

他方、経営学が実学性を強く意識するあまりその学術性を軽視するならば、よく見られるように、一時的に好業績をあげた企業経営者による体験的経営論や企業経営のアレコレをよく知る経営評論家の解説経営論のような“経営学”になってしまう可能性もある。経営学があくまでも社会科学としての条件を保持しようとするならば、その「科学性」を軽視することはできない。上述のように、経営学は他の社会諸科学と同様に、実学性と科学性の両面を併せ持つ「専門職科学」なのである。

ここで経営学の科学性について指摘しておきたい。「科学」と一口に概括しても、そこには「科学度」つまり科学要件のレベルの高低があって、物理科学を頂点とする純粋科学のレベルから社会事象の帰納的調査のような素朴なレベルの記述研究まで広範囲に亘ると考えられる。そうした科学レベルの高低のなかで、経営行動を対象とする経営学の科学度は抽象性と具体性の両面を併せ持つ中範囲科学としての特性を持つということである。中範囲科学というのは筆者の造語であるが、それは中途半端な科学というマイナーな自己規定ではなく、むしろ実用学としての経営学は単なる経営現象に関する外観的記述と科学的分析の研究（高次科学）にとどまることはできないという意味である。もしも経営学が高度に理論的な仮説演繹的研究や現象記述的調査に傾斜するならば、「科学」としては合格点を得ることができたとしても「実学」としての性格を大きく損なうであろう。

以上の理由から、経営学は経済学がめざすような抽象科学化（高次科学化）の道を歩む必要がないばかりでなく、むしろ歩むべきではない。経営学はむしろ、経営哲学の道を切り拓くべきであろう。

Ⅳ 経営学と経営哲学

経営科学と経営哲学

筆者はかつて拙著で次のように述べた。

経営学は実践学である限り、一定の技術論的内容をもつことになるが、この側面から要請されてきたのが経営学の「科学化」であった。経営学が経営技術論としての性格を強調すればするほど、経営学の「科学性」が問われ、経営技術論の実践の前提となる「哲学」は等閑され、後回しとされ、ついに不問とされてこんにちに至っている²⁶。

²⁶ 小笠原（2004）p. 4。

自然科学と社会科学を問わず、科学的であると同時に哲学的であることはすべての学問の両面であって、個々のディシプリンが科学性のみで成立すると考えることは学問の自己否定に等しい。個別ディシプリンの科学性と哲学性は学術的認識における科学と哲学の二重性から生ずる必然である。したがって、もしも経営学界において経営学研究における哲学的研究の重要性が十分に理解されていないとすれば、経営学が他の社会科学の後塵を拝するとしても弁解の余地はない。例えば一般の人々はともかく経営学研究者でさえ、「経営哲学」とは経営者の経営信条や経営思想を指す言葉で、特に企業倫理や企業統治に関する経営者の経営理念を意味するものと誤解している。たしかに、詳しくは拙著で述べたように、それも「日常の哲学」というレベルの経営哲学ではあるが、それはむしろ経営学の考察対象となる経営現象であって、それ自体はここで問題としている「経営学としての経営哲学」ではない。われわれが強調しているのは経営学（広義）というディシプリンに内在する「理論的経営哲学」の意義である。因みに、法学には「法哲学」が、経済学には「経済哲学」が、政治学には「政治哲学」があって、それぞれのディシプリンにおける基本的原理を哲学的に探求する領域と見なされているにもかかわらず²⁷、ひとり経営学のみが「経営学としての経営哲学」を自覚できないというのは、歪な学問、未熟な学術というほかない。こんにち経営学は社会科学の一種であると理解されているが、ここで改めて、経営学は「経営科学」（経営学の科学的アプローチ）と「経営哲学」（経営学の哲学的アプローチ）の統一として成立するものであることを強調しなければならない²⁸。

科学的アプローチはともかく、ここで経営学の哲学的アプローチとは何か。詳細は拙著に述べたが、哲学的考察に科学のような共有された方法（仮説演繹法、反証主義）が定立しているわけではない。強いて言えば、広義の解釈学的方法であろう。現象実証学としての科学も「解釈」するが、哲学は「科学が禁欲し又は断念する根本的問題、経験のみによっては十分に掴むことができないもの、科学的検証によって届かないものを扱う」のであって、「与えられた事実情報の受動的構成による因果説明の解釈ではなく、直感的洞察から得られた「ものごとの全体像」から出発し、論理的に構成された諸概念の創造的再構成からその本質究明に至る能動的解釈のプロセスをこそ意味する」²⁹のである。

²⁷ 「法哲学」とは法概念・理念や法学の方法論など、法および法現象に関する基礎的・原理的な考察をする学問（『広辞苑』）。「経済哲学」とは経済現象、経済活動、経済制度の在り方を、認識論的、存在論的、人間論的、倫理的な諸観点から、考察する学問（『岩波 哲学・思想事典』）。「政治哲学」とは政治および国家に関する原理を研究する学問で、政治の本質・価値や政治学の方法論を論ずるもの（『広辞苑』）。

²⁸ 一般に経営学は「科学的経営学」（経営科学）であるが、筆者の経営学は「哲学的経営学」（経営哲学）を含む広義の経営学である。小笠原（2004）p. 12-17

²⁹ 小笠原（2004）p. 16。

経営実践と経営哲学

ところで、科学レベルに高低の差があるように、「日常の哲学」と「理論的哲学」とでは「哲学レベル」——懐疑性、根源性——にも大きな差があると考えられる。前者のそれは生活者の哲学であるからその徹底性、厳密性においては大きな限界があるのはやむをえまい。これに対し後者の場合は一概に言えないにしても、そのもっとも徹底したレベルでは一切の前提を懐疑しあるいは取り払って、その新たな出発点を探るところから始める哲学者の哲学があり、その中範囲には科学者および社会・人文学者の哲学——そこには「経営学的経営哲学」も含まれる——がある。

“経営実践と経営哲学”と言うとき、実際にはそれは経営者の実践哲学——経営者の「日常の哲学」としての経営信条や経営思想——を内実とするものであって、経営学としての「経営哲学」ではない。史実としても、経営学の生成期に名を残す先人たちの多くは当然のことながら事業家や実務家であった。例えばアメリカのマネジメント経営学を創始したF.W. テイラーは製鋼工場の技師で「アメリカ機械技師協会」(ASME)の会長を務めた人物であったが、その経営論が一面において徹底的に実践的技術論として提示されたのも彼の工学的技術家としてのキャリアから生じた必然的帰結であった。技術的方策論は科学に直結する。したがってテイラーの能率向上技術論が「科学的マネジメント」と命名されたことも理の必然であったが、同時にテイラー経営論は単に技術方策一辺倒のマネジメント論ではなかった。そこにはテイラーの「日常の経営哲学」に相当する勤労観や社会観を基礎とした産業文明論が通奏低音のごとく存在していたと見ることができるからである。すなわち、テイラーにおいてもそれなりに科学と哲学は相即的であった。テイラーの経営哲学は実務家の「日常の哲学」であって「理論的哲学」とは言えないが、「科学的マネジメント」の方策が立脚する原理を世に問うたのであった。

実践と哲学の相即性は、経営学における実学性と哲学性の関係にも言える³⁰。すなわち一方で経営学は〈科学—方策〉の側面において経営実践を課題とするのであるが、他方においては〈哲学—原理〉の側面で経営実践の基本問題を探究するのである。そして、経営学における科学性と哲学性の両面が実践論という連結項で両立するとき、当為(Sollen)と規範論という問題が発生する。これは科学哲学的に厳密に見れば非常に厄介な問題を含んでいるが、実践理論科学としての経営学の立場に立つかぎりこれを回避することはできない³¹。

まず、当為とは「為すべきこと」であるから、当為論は一定の「規範」に基づく規範論である。規範は行為準則となる価値前提であるから、当為論は「科学」に馴染まない一面をもつ。しかし、実践の場は事実と価値の混淆としてあり、経営実践という経営現象を分析する経営学

³⁰ 庭本(2012)

³¹ 規範論を評価する立場からこの問題にコミットしている経営学者に廣瀬幹好(2014)がいる。

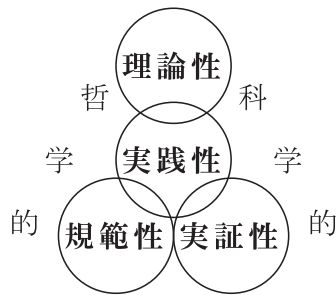
はその対象のなかに価値問題を含まざるを得ず、これを完全に排除することはできないというジレンマを抱え込むことになる³²。それゆえにこそ、われわれは経営哲学研究の必要を主張するのであるが、その前に、当為の問題は経営学の科学的側面においても不可避であることに留意する必要がある。例えば、「A という事実が科学的に検証され、そこから B という方策を採用することがもっとも合理的だ」という実践論的提言がなされたとしよう。B 案の有効性評価に基づきこの提言を「実施すべき」とする当為命題は、一見したところ経験的にして論理的、かつ客観的命法の如く見える。しかしながらその「評価」が一定の価値的判定であるかぎり、経営実践の科学的当為論は手段的規範論たる性格を免れず、次に述べる規範的当為論とともに経営学に広義の「規範科学」の性格を付与するのである。

さて、経営実践における事実と価値の混淆を経営意思決定の立場から捉えれば、不分明ではあるが相対的に管理問題と政策問題とに識別される。管理的意思決定は事実的要素がより直接的に関連し目的合理性の観点からなされる手段選択であるのに対して、政策的意思決定はバーナードが重視しサイモンが捨象した目的設定の意思決定であり、理念創造の価値的意思決定である。それは目的や価値そのものを取り扱い、規範的な観点から経営政策の当為を決定する。

一般に哲学は認識論、存在論、価値論の三部門から成るとされるように、経営哲学も経営学論、経営存在論、経営価値論から構成されと考えられる。広義経営学の立場から言えば、経営学は経営実践の問題において生ずる価値の問題、価値判断の問題を回避しないばかりではない。むしろその問題こそ経営行動の実態を解明し、経営現象の本来を解明するうえで決定的な議論となることを強調しておきたい。すなわち経営学は単に経営行動の表象を調査・記述し、仮説命題を検証する分析的実証科学にとどまるのではなく、経営の実践的課題に応答するための経営の規範的モデルを定立することが求められているのである。経営の規範モデルは経営学が経営行動の実態・現状を批判的に分析・考察し、経営体の発展にとって必要な改革を指導するうえで不可欠の内的装置である。経営学に対する実践的要請とは単なる経営方策の提示を超えて経営に対する創造的批判による革新の方途を応用的に探索することであり、そのためには、経営学は科学的のみならず哲学的アプローチを用いて経営の規範モデルを理論的に再構成することを意味するのである。

雑駁ながら以上から経営学（広義）の学術特性は、①理論性（説明）、②実証性（記述）、③規範性（当為）、④実践性（応用）という 4 側面から構成される。ただしこの 4 要素は経営学に固有の特性というよりも、実践志向の社会科学（専門職科学）に共通する特徴と見ることもできる。諸学の相違は 4 要素のそれぞれの特徴と相互関係の如何によって示されるであろう。

³² サイモンは事実と価値の混淆と峻別の問題を論じたのは自分が初めてのような口調で述べているが、サイモン以前に C.A. Charch, O. Sheldon, H. Fayol, そしてバーナードもすでに指摘したことである（文献省略）。



V 経営学の「制度化」

佐和隆光の問題提起

かつて経済学の佐和隆光が『経済学とは何だろうか』（1982）で投げかけた問題と議論は、少なくとも当時の筆者には強烈なインパクトを与えた³³。そしてそれは社会科学の科学性と実用性(有用性)の問題に関する本稿の議論にも重なるところが多い。佐和の論点は多々あるが、本稿の関心から集約すれば以下の2点になろう。

その第1は、本稿でも管見を示した「科学性」に対する相対的評価についてである。すなわち佐和は、物理科学を頂点として体系化されている自然科学は「科学的方法」という絶対不変の規範的基準にそくして確立されていると主張され信じられてきたけれども、科学といえども社会的・時代的文脈に依存する相対主義的制約から完全には免れ得ないこと、さらに社会科学に至っては自然科学の歴史に比べれば数十年という短期間で価値規範の転換が起こり、その都度パラダイムの転換がなされてきたことを指摘したうえで、客観性、普遍性、実証性という科学要件は自然科学でさえ厳密には成立せず、その後追いをする社会科学なканずくその先陣を切る新古典派経済学（neo-classical economics）ですら科学哲学的に権威化された科学方法論——かつての帰納主義および論理実証主義、こんにちの「反証主義」——に依拠しようとしているからといって「科学」の実質をもつわけではないと断じたのであった。

そして佐和は、第2に、科学それ自体のなかに科学／非科学を判定する絶対的な規準はないという立場から、特定の学問が科学アイデンティティを保持し得る所以は、例えばポパー流の「反証可能性」という科学規範に依拠しているか否かという点にあるのではなく、当該専門学の学史のなかで培われた学術性と有用性が人々の日常生活感覚によって支持され、さらに社会的に「制度化」されることによって当該専門学の研究者集団がその強靱な自己保存機能を発

³³ 佐和隆光（1982）（1984）（1991）、筆者はこれを佐和3部作と呼んでいる。近年経済学史学会で佐和の議論を取り上げる報告が見られた。佐藤方（2015）。

揮することにある，という見解を提示した。

以上のような佐和の問題提起は、「経営学」と本稿の議論にとっても切実な問題であることは明白であろう。ここであらためて「社会科学」の「科学性」について私見を補足しておきたい。まず、科学としての社会科学の成立を否定する立場は除外するとして、その肯定説にも2種があると考えられる。その一つは自然科学における科学基準を緩和して、①操作性のある仮説命題、②実証主義又は反証主義による検証、③客観性を担保するための「数理モデル」の採用、といった科学の諸要件を一定程度満たした場合は、自然科学に対する劣位科学として社会科学を認定するというものである。先に経営学の「中範囲科学」としての特徴を指摘したように、本稿でこれまで用いてきた「科学」および「社会科学」という言葉使いはこの種のものであった。もう一つは自然科学と社会科学は同種の学術ではなく、別種の科学基準で成立すると見なすものである³⁴。実はかつてマルクス派やウェーバー流の社会科学が全盛だった時代には、社会科学には自然科学とは異なった独自の方法、性格、使命があると考えられていた。すなわち社会科学とは、①社会現象（社会的行為）の「意味」を「理解／解釈」する、②社会現象の「因果関係」を歴史的かつ多面的に分析し「説明」する、③対象問題の現状に対して批判的な考察を加える、④当該問題の解決・克服に向けて学術的に提言するものであった³⁵。そして70年代以降、社会科学の趨勢は後者から前者（科学主義）へとその主潮を推移させてきたと見ることができるが、他方では両者が無自覚的に混同されていることも否定できない。

佐和の議論は社会科学一般というよりは「経済学」を問題とするものであったが、経済学者の場合は「科学主義」の迷妄のなかで「自然科学コンプレックス³⁶」を抱き、そこから脱却すべく新古典派経済学という科学主義経済学を生み出すことに成功した。この議論を「経営学」にあてはめた場合はどうであろうか。

この点でまずは一つの経営学的特徴を指摘できる。すでに述べたように、経営学の場合は「自然科学コンプレックス」というよりは「経済学コンプレックス」に陥っているという点である。佐和の口調を借りて言えば、「まずはすべからず経済学コンプレックスをぬぐい去ろうではないか」、経済学ディシプリンでは「経営」の現実も未来も見ることができず、「経営」の実践もその本然に則して論ずることはできない。すでに述べたように、「経営」は「経営学的経営」として認識されてこそ、対象そのものからの探究要請に則した学術的応答を俟つことができるのである。

³⁴ 両者が science「科学」という語を用いるために同じ基準で比較してしまう弊があることを否定できない。

³⁵ 猪口（1985）p. 3

³⁶ 佐和（1991）p. 223

経営学の「制度化」

経営学の問題に進む前に、まず「科学の制度化」とは、周知のごとくこれは科学史家の廣重徹が『科学の社会史』（1973）において、わが国の自然科学が広く社会構造のなかに組み込まれ、近代化・産業化・軍事化を推進する「社会的制度」として発展する歴史的過程を分析する議論で用いられた概念である。佐和はこれを援用して、経済学がいかにアメリカ社会のなかで「制度化」されているかを述べながら、高度に制度化された近代経済学（特に新古典派経済学）こそアメリカ社会科学における「科学」認定を保障された代表と主張したのである。

ここで留意すべきことは、自然科学と社会科学とを問わず学問はすべからず社会的・時代的文脈に依存するものであれば、同じ経済学であっても、アメリカと日本では「制度化」に大きな差異が見られるという点である。その根本原因は科学としての経済学の理念と社会の生活理念の「同型性」にあると佐和は述べる³⁷。この議論は余りにも当然のことであるためにかえって見過ごされ、ワールドワイドに展開する経済学界に国別差異はなく、日本もアメリカも同じ程度に標準化され教育され、そして研究されていると考えがちであるが、それは単純な思い込みにすぎない。国際的なレベルでの文化的差異を無視して世界が（アメリカと）同一の条件で経済学研究を行っていると思なすのは、「アメリカン・グローバリズム」がもたらした幻想にほかならない。

では、われわれの経営学はどこまで「制度化」されているであろうか。佐和の議論に従って、①教育制度、②標準化、③客観性、④社会的有用性、⑤職業化、の5点を「制度化」を表象する諸要件と見なし、アメリカ経済学（以下単に経済学）と日本経営学（以下単に経営学）の差異を概観してみよう。

① 教育制度（学部／大学院・専門職大学院）：日本の高等教育は伝統的なドイツ系学術型大学から近年はアメリカ型の学部（基礎教育）／大学院（専門教育）に移行しつつあるものの、日本の文科系は依然として学部完結型で、博士課程はもとより MBA 大学院への進学も増加していない。アメリカでは大量の経済学／経営学修士号保持者が排出されている事実と比べれば、これは日本の大学教育と職業教育の最大の特徴と言える。それはともかく、こんにち日本の大学に経営学科は国公立立合計 131 校あり、教育機関の「制度化」は他の社会科学系に対して遜色はないと推察できる。

② 標準化（統一化された教科書）：標準化はアメリカ人好みの規範であるが、経済学も近代経済学そして新古典派経済学へと一元化され、自然科学と同じように標準的な教科書に依って教育される。経済学に比較すれば、経営学は分野に通っている基礎理論が確定しているとは

³⁷ 佐和（1984）pp. 33-36.

言い難く、標準教科書も定まっていない。日本の経営学教科書は「経営学概論³⁸」を担当する教員が自分の関心・力量と学生のレベルを勘案して作成する慣例があるが、その際に執筆の参考書となるのが学界の重鎮が編集した「経営学辞典」である。この点で、日本の経営学の標準化は中程度と言えるかもしれない。

③ 数理化（客観性、科学らしさ）：経済学の特長として数理化は避けられないが、数学者の経済学進出もあって次第に専門家ですら難解な数理化が進んでいると言われる。数理化は客観性の象徴となり、経済学の科学性を権威化するばかりでなく、非専門家を排除することによる聖域化にも役立つ。逆説的ながら、「難解でよく解らない」ことがむしろ「もっともらしい、正しい」という評価を得るうえで重要な条件となる。これに対して経営学の理論的数理化は特定分野に限られ、数理化による抽象化は彼我の差が大きい。むしろ経営現象は経営学者の専門知に頼るよりも生活者の日常的知による方が「分かり易い」し、経営の実践においては日常の理論のほうが役立つと見なされている。

④ 社会的有用性（研究成果の社会的有用性）：佐和によれば、日本では、近代経済学を、工学や医学のような近代技術の一種であるかのようにみなしたうえで、有用と無用を判断する傾向があるという。有用性が職業専門学の評価の基準となることは当然ともいえるが、これについても佐和は、アメリカのビジネス・スクール教育を述べながら次のように述べる。「そもそも経営の『術』なるものが、教科書化され、教室での教育が可能なものなのかどうか、すこぶる疑わしい」「こうした学習が、経営者としての実践的手腕に資するところは、たとえあるにしても、はなはだ僅少であろう。実のところ、ビジネス教育が実践に役立つか役立たないかは、どうでもよいことなのである。要は、ビジネス教育というものが、これまた一個の〈制度〉として社会的に容認されていること、言いかえれば、『ビジネス・エリートはMBAでなければならぬ』という社会的黙約が成立していることこそが、ビジネス・スクール隆盛のゆえんなのである」という³⁹。

⑤ 職業化（専門職労働市場の確立）：佐和によれば、アメリカ社会における「エコノミスト」の専門職化は質量ともに確立されているのに対し、日本のそれは殆ど専門職化されていないという⁴⁰。超競争社会としてのアメリカでは難関資格や学位を保持することが社会的権威づけという意義のみならず、ウィナーになるための必須条件と考えられている⁴¹。専門職は一般に修士学位を前提とするが、前述のように日本では経済学／経営学を問わず学部卒で官公庁・

³⁸ 周知のように科目名は多様。経営学総論、経営学原論、基礎経営学、経営学入門、等。

³⁹ 佐和（1982）p. 66

⁴⁰ 経済学の野口旭は、日本では一般に経済学者を除く「経済の専門家・実務家」を「エコノミスト」と呼ぶ習慣があるのに対し、この言葉の原義に則し経済学者をその典型としたうえで「経済学を知らないエコノミスト」がいるという趣旨の本を書いている。野口（2002）

企業に就職し、大学院進学は少数にとどまっている。MBA を取得したとしても日本企業では特段の優遇もなく、日本には MBA 就職市場が成立しているとは言い難い。前段の社会的有用性に対する認知が低いことと相関があると推察できる。

以上に見たように、印象論ながら、わが国の経営学の「制度化」はアメリカ経済学の「制度化」に比して相当にルースなレベルにとどまっていると見て大過なからう。科学・技術の「制度化」は社会科学の数段上のレベルにあるわけだから、経営学と科学・技術との差はさらに大きい。つまりこれまで「科学化」の立場から科学・技術の「科学性」に対する経営学の劣位が意識されてきたのに加え「制度化」の面でも彼我の差が大きいとすれば、そのことは何を意味するのであろうか。本稿で述べきいたことの締めくくりを以下に述べる。

おわりに

社会科学系の専門学をして「科学」たらしめるのは、それが自然科学や工学技術なみに「制度化」されているという社会現象の根拠によるという佐和の基調論旨のなかで、科学の「制度化」のもう一つの側面は、当該学問それ自体が「職業化」され、その内部に高度の専門性による排他的な専門家集団を形成しているという特性であった。すなわち佐和は、社会的に「制度化」されることによって当該専門学の研究者集団がその強靱な自己保存機能を発揮するところに当該専門学の永続性の鍵がある、という見解を示したのである。

経済学者なくして経済学はないし、経営学者なくして経営学はない。言うまでもなく、ここで言う「学者」というのは自分がアイデンティティをもつ当該専門学のディシプリンを自家菜園中のものとする研究者という意味であって、単に経済や経営の専門家という意味ではない。すなわち、ここで取って代わっているのは、「経営学」を経済学とは異種のディシプリンをもつ独特の専門学であるとみなす立場であり、かかる「経営学」を自らの学問として自覚的にその立場にたって研究する「経営学者」である。

他の分野と同じように、「経営学」という学術分野は「経営学者」という専門研究者たちが「学会」を作って大会を運営し、学会誌を発行して専門研究の成果を公表することによって自他ともに一個の「専門分野」たる認定を受けている。つまり「学会」という研究者団体は文部科学省（日本学術会議）が認定する組織という意味では国がその存在をオーソライズしたものであり、決して好い加減なものではない。しかし、厳密な意味ではどういうものが「経営学」で「経営学者」であるのかについては曖昧かつ不分明なままで、皮肉なことにまさに非科学的である⁴²。例えばわが国の経営学関係の学会を代表する「日本経営学会」の学会規則第2条で

⁴¹ 日米に限らず、社会科学分野の専門職において法曹職と会計職は難関国家資格であることは周知の通りである。

は当会の目的を「経営学、商学の研究」とし、第4条会員規定では「本会は経営学、商学を研究する者をもって組織する」とあるけれども、ここで「経営学」を定義づけているわけではない。もちろんそれには種々理由があって、「経営学とは何か」を問うことも経営学の主題であると言った実質的な理由もあることから厳密な定義を避けるのは合理的でもあり、決して単に「間口」を広げて会員を確保するという理由だけではない。

ことほど左様に、「経営学」を厳密に定義しないという形式上の立場が、経営学⁴²関連の専門研究者の量的確保に寄与していると推定できるのであるが、他方では本稿のⅠ・Ⅱ節で述べたように、経営学の主流派が経営学を「企業を研究対象とする領域学」であると見なす実質上の立場と結びついていることに留意すべきであろう。企業研究という誰でも参入できる経営学は、内容面でも排他的というよりは開放的で寛容な研究領域といえることができるだろう。

では、独自のディシプリンをもたず、経済学や社会学や心理学という道具を研究の都合によって使い分けて「企業」（企業経営）のアレコレを研究し、企業に関するアレコレに詳しい専門家をめざす“経営学者”たちが、佐和が言うように「強靱な自己保存本能」に基づき、必死に自分たちのリファレンス・グループの維持に努めるとするならば、その「自己保存本能」とはどのようなもので、彼らが努力する自己保存機能とはいかなるものであろうか。敢えて言えば、そこには強靱な意志をもって保守すべきもの、アイデンティティが存在しないのではなかろうか。経営学を企業領域学と考える人々にとって、自らの「学者」矜持を懸けて守るべき堅牢な城は存在しないのであるから、企業という研究領域さえ消滅しない限り、私的レベルで研究者としての「自己保存機能」——論文・著作の執筆——に傾注し、その優劣を競う専門家競争に勝利することこそ、自らの「強靱な自己保存本能」にほかならない。

1926年7月に呱呱の声をあげた「日本経営学会」は創立90年を迎えた。わが国の経営学が今後百年、二百年をこえて永続を遂げる道は、「経営学」というディシプリンを再構成しつつ社会科学のなかに確固たる地盤を構築するほかない。企業領域学という安易な道を選ぶならば、下位経済学や応用社会学の地位にとどまり、百年を経ずして、実質的にはいずれ経済学や社会学に飲み込まれてしまうであろう。（結）

参考文献

- 浅田 彰／佐和隆光 他3名（1986）『科学的方法とは何か』中央公論社
猪口 孝（1985）『社会科学入門—知的武装のすすめ』中央公論社

⁴² したがって、現在わが国に「経営学」の学会がどれほどあるのかも厳密には諸説がある。「経営関連学会協議会」という経営、会計、情報、商学分野の学会連合に参加している学会数は61とされるが、そのうち経営分野35学会が果たして「経営学」の学会であるかは定かではない。

- 小笠原英司 (2004) 『経営哲学研究序説—経営学的経営哲学の構想—』 文眞堂
- 同 (2013) 「経営学」の存在意義—いま、改めて、経営学とは何か— 関東学院大学『経済系』254 集, Jan.
- 同 編著 (2013) 『日本の経営学Ⅰ』 経営学史叢書XIII 卷, 文眞堂
- 片岡信之編著 (2013) 『日本の経営学Ⅱ』 経営学史叢書XIV 卷, 文眞堂
- 経営学史学会編 (2012) 『〔第2版〕 経営学史事典』 文眞堂
- 榊原清則 (2002) 『経営学入門 (上)』 日本経済新聞社
- 佐々木圭吾 (2013) 『みんなの経営学』 日本経済新聞社
- 佐藤方宣 (2015) 「佐和隆光『経済学とは何だろうか』とは何だったのか」 経済学史学会第79回全国大会 (滋賀大学) 2015 年 5 月 30 日
- 佐和隆光 (1982) 『経済学とは何だろうか』 岩波書店
- 同 (1984) 『虚構と現実—社会科学の「有効性」とは何か—』 新曜社
- 同 (1991) 『これからの経済学』 岩波書店
- 社会経済学研究会 (2005) 『関係性と経営—経営概念の拡張と豊富化—』 晃洋書房
- 盛山和夫 (1995) 『制度論の構図』 創文社
- 同 (2011) 『社会学とは何か』 ミネルヴァ書房
- 高柳 暁 (1981) 「経営学の基礎理論を学ぶ」 会計人コース別冊『経営学の学び方・考え方』 中央経済社
- 田中照純 (1998) 『経営学の方法と歴史』 ミネルヴァ書房
- 同 (2013) 『ニククリッシュ—経営共同体の思想—』 経営学史叢書XI 卷, 文眞堂
- 田村正勝 (1986) 『社会科学のための哲学』 行人社
- 谷本寛治 (1998) 「企業社会分析の方法論考—トランス・ディシプリナリー・アプローチを求めて—」 『日本経営学会誌』 第2号, 千倉書房
- 日本経営学会編 (2014) 『経営学の学問性を問う』 経営学論集第84集, 千倉書房
- 庭本佳和 (2012) 「行為哲学としての経営学の方法」 経営学史学会編『経営学の思想と方法』 文眞堂
- 野口 旭 (2002) 『経済学を知らないエコノミストたち』 日本評論社
- 野中郁次郎 (2000) 「経営学とはどんな学問なのだろうか？」 別冊宝島編集部編『よくわかる経営学入門』 宝島社
- 濱口恵俊 (1982) 「社会科学の方法論とその文化的基盤」 『経済評論』 1982 年 10 月号
- 平井泰太郎 (1932) 『経営学入門』 千倉書房
- 廣重徹 (1973) 『科学の社会史—近代日本の科学体制—』 中央公論社。『科学の社会史』 上・下 (2002・2003) 岩波書店
- 廣瀬幹好 (2014) 「規範、批判の経営学と政策の経営学—技術論的経営学の可能性—」 日本経営学会編『経営学の学問性を問う』 経営学論集第84集, 千倉書房
- 村田晴夫 (1984) 『管理の哲学—全体と個, その方法と意味—』 文眞堂
- 同 (1990) 『情報とシステムの哲学—現代批判の視点—』 文眞堂
- 森本三男 (1978) 『経営学の原理』 中央経済社
- 山城 章他3名 (1970) 『各種経営学—官庁・学校・労働組合』 丸善
- 山本安次郎 (1968) 『経営学本質論 第三版』 森山書店
- 同 (1975) 『経営学研究方法論』 経営学全書5 丸善
- 同 (1977) 『日本経営学五十年—回顧と展望』 東洋経済新報社
- Amonn, A., (1927) *Objekt und Gruntbegriffe der Theoretischen Nationalökonomie*, 2. Aufl.
- Koontz, Harold., (1961) "The Management Theory Jungle", *Journal of the Academy of Management*, vol. 4, No. 3.
- Koontz, Harold., ed. (1964) *Toward a Unified Theory of management*, McGraw-Hill Book Company, Inc. 鈴木英寿訳 (1968) 『経営の統一理論』 タイヤモンド社
- Popper, Karl R., (1957) *The Poverty of Historicism*, Routledge & Kegan Paul Ltd., 久野 収/市井三郎訳 (1961, 1979) 『歴史主義の貧困—社会科学の方法と実践—』 中央公論社